SIMON ASSOCIÉS
SOCIÉTÉ D'AVOCATS

LA LETTRE DES RÉSEAUX

L'actualité juridique et économique des réseaux de distribution

PARIS

47 rue de Monceau - 75008 Paris
Tél. 01 53 96 20 00
contact@simonassocies.com

LYON

NANTES

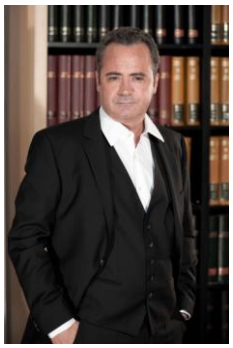
MONTPELLIER

BRESIL

CHINE

LUXEMBOURG

www.simonassocies.com



François-Luc SIMON

Associé-Gérant
Docteur en droit
Membre du Collège
des Experts de la FFF

Actualité SIMON ASSOCIÉS Page 13

Mai/Juin 2014

SOMMAIRE

DISTRIBUTION :

Appréciation de la clause d'exclusivité territoriale au regard de l'attitude des parties p.2
CA Limoges, 6 mai 2014, RG n°13/01130

Dol et référence au mobilier spécifique du réseau p.2
CA Aix-en-Provence, 6 mai 2014, RG n°12/11402

Effet du geste commercial consenti au distributeur exclusif sur la responsabilité du concédant p.3
CA Paris, 7 mai 2014, RG n°12/04374

Rejet de la demande de nullité du contrat de franchise formulée par le franchisé p.3
CA Paris, 7 mai 2014, RG n°12/03381

Retards de livraison imputables au franchisé p.4
CA Paris, 7 mai 2014, RG n°12/04794

L'action en nullité du contrat intentée tardivement p.4
CA Rennes, 22 avril 2014, RG n°12/08326

CONCURRENCE ET PRATIQUES COMMERCIALES :

La nécessaire détermination de la durée du préavis en cas de rupture p.5
Cass. com., 8 avril 2014, pourvoi n°13-15.410

Parasitisme et référencement sur Google p.5
CA Aix-en-Provence, 3 avril 2014, RG n°12/10894

L'articulation des compétences entre juge du contrat et juridiction spécialisée p.6
CA Rennes, 22 avril 2014, RG n°12/08108

Justification de la rupture brutale par une faute de comportement du cocontractant p.6
CA Grenoble, 24 avril 2014, RG n°11/04956

Engagements dans le secteur des machines à café à capsules p.7
Engagements de Nespresso France, Autorité de la concurrence, CP 17 avril 2014

Concurrence provenant d'un membre du réseau et rupture des relations p.7
CA Paris, 10 avril 2014, RG n°12/01373

PROPRIETE INTELLECTUELLE :

Quand le nom d'une commune appartient à un tiers, le cas Laguiole p.8
CA Paris, 4 avril 2014, RG n°12/20559

La responsabilité de Google dans la gestion de son service Adwords soumise à examen p.9
CA Paris, 9 avril 2014, RG n°13/05025

Les éléments virtuels d'un jeu vidéo sont soumis à l'examen de la contrefaçon p.9
Cass. com., 8 avril 2014, pourvoi n°13-10.689

IMMOBILIER :

La transmission universelle du patrimoine n'est pas une cession de bail soumise à agrément p.10
Cass. civ. 3ème, 9 avril 2014, pourvoi n°13-11.640

Projet de loi « artisanat, commerce et TPE » adopté à l'Assemblée nationale et au Sénat p.11
De la « rénovation » des baux commerciaux

INTERNATIONAL :

Luxembourg - Propriété Intellectuelle & Fiscalité p.12

DISTRIBUTION

Appréciation de la clause d'exclusivité territoriale au regard de l'attitude des parties

CA Limoges, 6 mai 2014, RG n°13/01130

Un franchisé a assigné son franchiseur en référé afin de faire cesser le trouble manifestement illicite causé par la violation de la clause d'exclusivité territoriale consentie à son profit. En l'espèce, un magasin multi-enseignes, situé dans la zone d'exclusivité du franchisé, vendait les produits du franchiseur. Le juge de l'évidence a fait droit à la demande du franchisé et a condamné la tête de réseau à lui verser une provision de 25.000 euros à valoir sur l'indemnisation du préjudice causé par ce manquement contractuel.

C'est dans ces circonstances que la Cour d'appel de Limoges a été saisie par le franchiseur. Celui-ci invoquait l'existence de contestations sérieuses pour conclure au rejet des demandes du franchisé. Notamment, il soutenait que la clause litigieuse lui interdisait uniquement d'autoriser l'ouverture de nouveaux magasins, ce qui excluait le cas du magasin multi-enseignes qui vendait déjà les produits en cause avant la conclusion du contrat de franchise.

Appréciant souverainement les faits qui lui étaient soumis, la Cour a pourtant estimé que, au regard des circonstances de l'espèce, la clause faisait également interdiction au franchiseur d'autoriser la poursuite d'activités concurrentes dans la zone d'exclusivité territoriale consentie.

Pour confirmer l'ordonnance, la Cour relève que, d'une part, le franchiseur avait écrit au franchisé en lui expliquant avoir informé le magasin multi-enseignes de la cessation de son approvisionnement en produits du réseau et, d'autre part, que le franchiseur justifiait au franchisé du délai entre la signature du contrat de franchise et la date de cessation d'approvisionnement convenue avec le magasin multi-enseignes par le fait que ce délai était nécessaire pour assurer une période de transition au magasin multi-enseignes. Dès lors que cette contrainte était connue du franchiseur avant la conclusion du contrat de franchise et que, pour autant, aucune clause n'y a été insérée à cet effet, le franchisé est fondé à demander la cessation de la vente des produits par le magasin concurrent et son indemnisation provisoire.

On relèvera toutefois que la compétence du juge de l'évidence n'était pas si certaine puisque celui-ci a dû confronter l'attitude d'une partie pour interpréter une clause qui semblait contraire (la clause évoquait uniquement l'interdiction « d'autoriser l'ouverture »). Il semble que la Cour ait davantage eu à cœur de sanctionner la contradiction au détriment d'autrui. Un pas en avant pour le principe de l'Estoppel, un pas en arrière pour la légitimité du référé.

Dol et référence au mobilier spécifique du réseau

CA Aix-en-Provence, 6 mai 2014, RG n°12/11402

Un vendeur de meubles a conclu plusieurs bons de commande avec une société candidate à la franchise d'hôtels « 1ère classe ». Certains de ces bons contenaient une condition suspensive relative à l'agrément « 1ère classe » donné par le franchiseur. Cependant, une fois le contrat de franchise signé, le franchisé s'est aperçu qu'il lui était imposé d'acheter le mobilier spécifique du réseau, peu important pour cela qu'il passe par les fournisseurs référencés par le franchiseur dès lors que le mobilier acheté est de qualité « strictement identique » à celui visé dans le cahier des charges du réseau.

C'est ainsi que, après avoir été sommé par le franchisé de restituer l'argent perçu pour des bons devenus sans objet, le vendeur de meubles l'a assigné pour obtenir le paiement de la clause pénale due en cas de non-respect du contrat.

La Cour d'appel d'Aix-en-Provence, confirmant en cela les premiers juges, a pourtant donné raison au franchisé et annulé l'intégralité des bons de commande, estimant que le consentement du franchisé a été vicié par les manœuvres dolosives du vendeur de meubles qui visait le cahier des charges « 1ère classe » alors qu'il n'était, en réalité, pas référencé par le franchiseur et qu'il ne prouvait pas que les meubles vendus présentaient les qualités « strictement identique[s] » au mobilier spécifique du cahier des charges de sorte que le franchisé *« n'aurait pas à l'évidence contracté sans ces manœuvres ».*

Effet du geste commercial consenti au distributeur exclusif sur la responsabilité du concédant

CA Paris, 7 mai 2014, RG n°12/04374

Si le geste commercial consenti par la tête de réseau à son distributeur mécontent permet une accalmie au moins provisoire dans les relations entre les parties, son efficacité dans le cadre d'un contentieux est très limitée lorsqu'il n'a pas été inclus dans le cadre d'un protocole transactionnel, ainsi que l'illustre l'arrêt commenté.

En l'espèce, un distributeur exclusif reprochait à son concédant, principalement, des retards de livraison et des défauts de produit ayant mécontenté la clientèle. Il sollicitait la réparation de son préjudice consistant en son manque à gagner.

Parmi ses différents moyens de défense, le concédant, entre temps placé en redressement judiciaire, opposait le geste commercial qu'il avait consenti à son distributeur à la suite des plaintes de ce dernier (remise de 50% sur le montant des achats fermes du distributeur sur une saison et autorisation de développer la commercialisation de quatre autres marques).

Selon le concédant, en effet, ce geste commercial rendait irrecevable les demandes de réparation formulées par le distributeur au titre des retards de livraison concernant la saison visée.

Ce raisonnement n'est pas suivi par la Cour d'appel de Paris. La Cour relève ainsi l'absence d'éléments permettant de considérer que le distributeur aurait renoncé à toute réclamation en raison du geste commercial qui lui avait été consenti.

Le geste commercial, aussi large soit-il, n'a ainsi pas pour effet de rendre irrecevable l'action du distributeur.

Il serait cependant excessif de nier toute efficacité dans le cadre du contentieux au geste consenti par le concédant.

En l'espèce, le geste commercial consenti par le concédant a en effet contribué à réduire considérablement le montant des dommages-intérêts alloués au distributeur.

En particulier, la Cour d'appel de Paris, dans sa décision du 7 mai dernier, a rejeté la demande fondée par le distributeur sur sa dépendance économique en relevant notamment que la faculté consentie par le concédant au distributeur de distribuer quatre autres marques avait permis à ce dernier de mettre en œuvre des solutions alternatives économiquement raisonnables.

Rejet de la demande de nullité du contrat de franchise formulée par le franchisé

CA Paris, 7 mai 2014, RG n°12/03381

La Cour d'appel de Paris vient de rappeler le régime de la nullité fondée sur le défaut d'information précontractuelle du franchisé.

En l'espèce, le franchisé, débiteur de plusieurs sommes à l'égard du franchiseur, avait sollicité l'annulation du contrat de franchise et, à titre subsidiaire, la résolution de ce dernier aux torts du franchiseur.

S'agissant de sa demande de nullité, le franchisé invoquait, d'une part, l'absence de communication des perspectives de développement du marché dans le document d'information précontractuelle et, d'autre part, l'affirmation du franchiseur selon laquelle il avait apporté en moyenne à ses franchisés, au cours de l'année 2007, 20 % de leur chiffre d'affaires, augmentation qu'en l'espèce le franchisé n'avait pas obtenue.

La Cour a écarté ces deux arguments.

Concernant l'absence de perspectives de développement du marché, la Cour a relevé que l'information sur le marché était sérieuse et détaillée et que le franchisé avait, préalablement à son entrée dans le réseau, exploité son établissement dans la même activité pendant 6 ans.

Soulignant par ailleurs que le franchisé n'établissait pas que les perspectives de développement du marché auraient été de nature à modifier sa décision, la Cour d'appel a écarté ce premier argument.

Concernant l'information relative à l'augmentation du chiffre d'affaires des franchisés, la Cour a relevé en premier lieu que, si cette information était alléchante, le franchisé avait eu tout loisir de se renseigner plus précisément, notamment en procédant à une étude de marché. En second lieu, la Cour a relevé que le franchiseur apportait la preuve de la véracité de son affirmation. Ce second argument a donc également été écarté.

Retards de livraison imputables au franchisé

CA Paris, 7 mai 2014, RG n°12/04794

La situation est relativement fréquente : lorsqu'un franchisé rencontre des difficultés financières, il cherche à intenter une action à l'encontre du franchiseur afin d'obtenir des dommages et intérêts.

En l'espèce, les faits sur lesquels la Cour d'appel de Paris a eu à se prononcer étaient précisément les suivants. La société I. et Monsieur R. créent la société A. Cette dernière conclu ensuite un contrat de franchise avec la société C. concernant l'exploitation d'un magasin de vêtements, mais le franchisé ne règle pas ses factures. La société I. informe ensuite le franchiseur de sa volonté de céder les parts sociales qu'elle détient dans la société A. à compter du 1er avril 2010 ; face à cette décision et aux impayés de la société A., le franchiseur décide de mettre fin au contrat de franchise avec effet immédiat. Mais, la société I. s'engageant à régler la collection automne-hiver 2010 avant la livraison, le franchiseur accepte finalement de livrer cette commande à la société A. en exigeant, conformément à l'engagement pris par la société I., le règlement comptant de la collection automne-hiver 2010. Cet engagement n'ayant pas été respecté, le franchiseur résilie le contrat au titre des manquements commis par la société A. La société I. intente alors une action à l'encontre du franchiseur au titre du préjudice que ce dernier aurait causé à sa filiale, la société A. : le franchiseur aurait commis des manquements, lesquels auraient entrainé les retards de paiement du franchisé.

Les juges du fond commencent par relever les retards de règlement du franchisé, lesquels ont conduit le franchiseur à proposer de procéder à des livraisons partielles successives, avec la précision qu'aucune livraison ne serait effectuée avant le paiement intégral de la livraison antérieure. Dans ces conditions, les magistrats considèrent que les retards de livraison qui s'en sont suivis étaient imputables aux retards de paiement récurrents du franchisé et, dans ces conditions, le franchiseur avait respecté les dispositions du contrat de franchise, et aucun manquement ne pouvait donc lui être reproché ; il s'était par ailleurs montré prudent, cherchant à éviter que le franchisé n'accumule un passif trop important.

Il est également souligné le fait que le franchiseur avait accepté d'importants retards de paiement ainsi que des arrangements dans l'intérêt de son partenaire et que la société I. n'apportait aucun élément permettant de démontrer que les difficultés rencontrées par le franchisé étaient dûes au comportement du franchiseur. La demande d'indemnisation a donc été rejetée, le franchiseur n'ayant commis aucune faute.

L'action en nullité du contrat intentée tardivement

CA Rennes, 22 avril 2014, RG n°12/08326

La société P. et la société I. concluent un contrat de franchise le 31 janvier 2006 pour une durée de cinq ans. Le 27 juillet 2010, la société P. résilie le contrat, avec prise d'effet au 30 janvier 2011. La société I. assigne cette dernière au titre de la nullité du contrat et réclame à ce titre le versement d'une indemnité et le remboursement des redevances déjà payées. La société I. invoquait notamment que : la transmission des signes distinctifs concernant une marque sans réelle notoriété était incomplète, le réseau annoncé était inexistant et comportait seulement quatre agences dont certaines ne répondaient pas à la définition de franchisés et d'autres avaient été créées depuis l'assignation, il n'y avait eu aucune action commerciale dynamique en faveur des franchisés, ni communication d'un savoir-faire, ni assistance technique ou commerciale. Face à ces différents arguments, il est intéressant de souligner le raisonnement adopté par les juges du fond qui relèvent en premier lieu que : *« il doit être observé d'emblée que le contrat de franchise s'est exécuté pendant cinq années sans incident, c'est-à-dire en substance presque jusqu'à son terme, et que cette circonstance ne favorise pas la crédibilité de la thèse de la SARL AGRI PLACEMENT [société franchisée] selon laquelle la nullité en serait encourue pour défaut des éléments caractéristiques d'une franchise, tels que le savoir-faire et l'assistance technique et commerciale »*. Ainsi, si effectivement le franchiseur avait méconnu ses obligations en matière de savoir-faire et d'assistance, le franchisé en aurait très certainement fait part auparavant ; le fait de ne pas s'être manifesté auparavant affaiblit donc, de ce seul fait, l'argumentation du franchisé. En second lieu, il a été relevé que le franchisé n'apportait aucun élément permettant de démontrer la réalité des griefs invoqués à l'encontre du franchiseur. La nullité du contrat n'avait donc pas lieu d'être prononcée.

CONCURRENCE ET PRATIQUES COMMERCIALES

La nécessaire détermination de la durée du préavis en cas de rupture

Cass. com., 8 avril 2014, pourvoi n°13-15.410

Selon la jurisprudence constante, lorsque la preuve d'une relation commerciale établie et d'une rupture brutale de celle-ci est rapportée, le montant des dommages-intérêts qui peut être alloué et qui vise à indemniser la brutalité de la rupture et non la rupture en elle-même est le plus souvent évalué en considération de la perte de marge brute que la « victime » aurait pu escompter pendant la durée du préavis raisonnable qui aurait dû lui être accordée.

Aussi, il appartient aux juges du fond de déterminer avec précision la durée de ce préavis. C'est ce que rappelle la Cour de cassation dans sa décision du 8 avril dernier.

En l'espèce, une société ayant pour activité la déformation du métal et la fabrique de pièces sur plan a mis fin aux relations commerciales entretenues avec un agent d'affaire qui a, par suite, sollicité devant la Cour d'appel la réparation de la rupture des relations contractuelles.

Les juges du fond, jugeant la société fautive pour avoir rompu sans préavis la relation commerciale qui l'unissait à son agent d'affaire, ont retenu que compte tenu de la durée du préavis et du préjudice né des circonstances de la rupture, la somme de 58 379 euros mise en compte par l'agent apparaît adaptée, sans toutefois préciser la durée de ce préavis raisonnablement exigible.

La Cour de cassation, au visa de l'article 442-6, I, 5° du Code de commerce, casse l'arrêt d'appel.

En effet, la Haute juridiction rappelle qu'il résulte de ce texte que le délai du préavis suffisant s'apprécie en tenant compte de la durée de la relation commerciale et des autres circonstances au moment de la notification de la rupture et qu'en cas d'insuffisance du préavis *« le préjudice en résultant est évalué en fonction de la durée du préavis jugée nécessaire »* et surtout, la durée du préavis doit nécessairement être précisée par les juges du fond.

Parasitisme et référencement sur Google

CA Aix-en-Provence, 3 avril 2014, RG n°12/10894

Le parasitisme consiste pour un agent économique à s'immiscer dans le sillage d'un autre afin d'en tirer profit sans rien dépenser de ses efforts et de son savoir-faire.

Le 3 avril dernier, la Cour d'appel d'Aix-en-Provence s'est prononcée sur la question de savoir si le démarchage de la clientèle d'un concurrent au moyen de l'achat d'un mot clef sur Google constitué de la marque ou de la dénomination sociale de ce dernier constituait ou non un acte de parasitisme.

En l'espèce, une société exerçant dans le domaine de l'automobile a fait constater que la requête effectuée avec le moteur de recherche google.fr, consistant à écrire le nom de sa marque, déclenchait, par la mise en œuvre du service de référencement Google Adwords, l'affichage d'un lien commercial vers le site internet exploité par une société concurrente.

S'estimant victime d'un comportement parasitaire, la société a assigné son concurrent.

Néanmoins, les juges du fond n'ont pas fait droit à sa demande.

Pour la Cour d'appel, le seul référencement sous la marque ou la dénomination sociale d'un concurrent ne suffit pas à caractériser un comportement parasitaire ; cette pratique doit être considérée comme un démarchage licite de clientèle.

En effet, le démarchage de la clientèle est licite lorsqu'il n'est pas accompagné d'un acte de concurrence déloyale. Or, les juges ont estimé qu'il n'existait aucun risque de confusion entre les sites internet des deux sociétés pour un internaute normalement informé et d'attention moyenne et que l'utilisation de la marque ou dénomination sociale ne pouvait être considérée comme un acte déloyal.

L'articulation des compétences entre juge du contrat et juridiction spécialisée

CA Rennes, 22 avril 2014, RG n°12/08108

Il ressort de l'article D.442-3 du Code de commerce que seules huit juridictions de première instance sont compétentes pour connaître de l'application de l'article L.442-6 du Code de commerce et donc de la responsabilité pour rupture brutale d'une relation commerciale établie. Cette compétence des juridictions spécialisées n'est pas sans incidence quant à la compétence du juge de droit commun en matière de contrat, ainsi que l'illustre un arrêt de la Cour d'appel de Rennes du 22 avril 2014 (RG n°12/08108).

En l'espèce, une société fournissait des produits pharmaceutiques à un pharmacien depuis plusieurs années et connaissait des incidents de paiement depuis 2010. Elle a assigné ce pharmacien en paiement devant le Tribunal de commerce de Vannes. Parallèlement, le pharmacien a estimé que la rupture des relations était brutale et a assigné le fournisseur devant le Tribunal de commerce de Rennes sur le fondement de l'article L.442-6, I, 5° du Code de commerce. Ce faisant, deux juridictions étaient saisies concomitamment : d'une part le Tribunal de commerce de Vannes, juge de droit commun du contrat et, d'autre part, le Tribunal de commerce de Rennes, juridiction spécialisée pour connaître de l'application de l'article L.442-6 du Code de commerce.

La problématique de ce cas réside dans l'articulation des compétences respectives de ces deux juridictions. En effet, le pharmacien demandait un dessaisissement du Tribunal de commerce de Vannes au profit du Tribunal de commerce de Rennes concernant l'action en paiement du fournisseur. Selon lui, il existe un lien entre les deux litiges, action en paiement et responsabilité pour rupture brutale, tel que la bonne administration de la justice commande à ce que les deux litiges soient portés devant la même juridiction, conformément à l'article 101 du Code de procédure civile. Cette analyse a été rejetée par le Tribunal de commerce de Vannes, puis par la Cour d'appel de Rennes qui a confirmé la compétence du Tribunal de commerce de Vannes pour connaître de l'action en paiement. Selon la Cour d'appel, *« il n'existe pas de connexité entre la demande en paiement de factures sur un fondement contractuel et l'action en responsabilité délictuelle exercée par le débiteur sur le fondement de l'article L.442-6 du code de commerce ».*

Dans le cas précis, la décision apparaît légitime car la demande de dessaisissement apparaissait comme un moyen dilatoire pour retarder le plus possible la condamnation au paiement. Mais il demeure que le motif retenu par la Cour d'appel de Rennes est bien théorique et peu justifié en pratique. Dans le cas d'un contrat de longue durée, la question de la rupture, brutale ou non, est intimement liée à la question de la bonne ou mauvaise exécution du contrat. Par ailleurs, l'inexécution d'une obligation contractuelle peut justifier l'absence de préavis au titre de l'article L.442-6 du Code de commerce (Cass. com., 24 mai 2011, n°10-17.844 ; Cass. com. 11 septembre 2012, n°11-23.067). Les deux questions sont donc liées et mériteraient parfois, voire souvent, la reconnaissance d'un lien de connexité et un dessaisissement sur le fondement de l'article 101 du Code de procédure civile. Les excès seraient alors canalisés par le jeu de l'article 103 du même Code, lequel prévoit que le juge peut refuser ces demandes dès lors qu'elles sont dilatoires.

Justification de la rupture brutale par une faute de comportement du cocontractant

CA Grenoble, 24 avril 2014, RG n°11/04956

La Cour d'appel de Grenoble a eu à connaître d'un litige autour de la résiliation anticipée d'un CDD, avec une demande au titre de la rupture brutale d'une relation commerciale établie. Bien qu'elle ne soit pas compétente (C. com., art. D.442-3), la Cour a accepté de répondre sur la problématique de la rupture brutale en décidant que *« aucune indemnisation ne saurait par ailleurs être allouée sur le fondement de l'article L.442-6 I 5° du code de commerce, qui autorise la résiliation sans préavis d'une relation commerciale établie en cas d'inexécution par l'autre partie de ses obligations ».*

Il s'agit de la confirmation d'une jurisprudence de la Cour de cassation (Cass. com., 24 mai 2011, n°10-17.844). L'originalité réside essentiellement dans la nature de la faute reprochée, car c'est le comportement du gérant d'une des sociétés à l'égard des salariés de l'autre société qui est visé. Les brimades, les humiliations, l'agressivité verbale et les propos gravement injurieux sont de nature à justifier la rupture sans préavis. Précisons qu'en l'espèce, c'est d'autant plus justifié que l'objet du contrat rendait nécessaire une coopération étroite entre les parties.

Engagements dans le secteur des machines à café à capsules

Engagements de Nespresso France, Autorité de la concurrence, CP 17 avril 2014

Deux concurrents du leader du secteur des machines à expresso portionné ont saisi l'Autorité de la concurrence de pratiques dudit leader visant à évincer du marché les concurrents vendeurs de capsules de café portionné. Selon l'Autorité de la concurrence, la position dominante en France fait peu de doute, sur les deux marchés concernés (celui des machines et celui des capsules, qui sont considérés comme complémentaires mais distincts), dans la mesure où l'entreprise concernée détient 73% de parts de marché des ventes de machines à expresso portionné et que 85% des capsules compatibles avec ses machines sont vendues sous sa marque.

Il est reproché au fabricant de machines d'avoir lié, sans justification objective, l'achat de ses capsules à celui des machines, en mettant en place différentes pratiques incitant les consommateurs à n'utiliser sur ses machines que des capsules de sa marque, au détriment des concurrents. Ces pratiques étaient de divers ordres. D'abord, le fabricant avait mis des obstacles techniques en procédant à des modifications régulières des machines et capsules rendant incompatibles les capsules des concurrents avec les machines. Il avait ensuite apposé sur les machines, leur emballage et le mode d'emploi des mentions incitant les consommateurs à n'utiliser que les capsules de sa marque.

Enfin, les communications du fabricant dans la presse sur les produits concurrents visaient le même objectif. Face à l'action engagée à son encontre, le fabricant a proposé divers engagements : l'information technique des concurrents sur les modifications des machines susceptibles d'impacter l'interaction entre la machine et la capsule, la modification des conditions de garantie qui couvriraient désormais l'usage de la machine avec des capsules d'autres fabricants (sauf bien entendu si ces capsules créaient un dysfonctionnement ou un dommage), et l'abstention de tout commentaire dans la presse sur les capsules des concurrents.

Pour preuve de sa bonne volonté, le fabricant a déjà commencé à appliquer les engagements qu'il propose, en particulier s'agissant de l'information des concurrents sur les évolutions techniques de ses machines. Si les engagements proposés par le fabricant, éventuellement complétés et amendés, sont considérés comme étant de nature à répondre aux préoccupations de concurrence exprimées dans le cadre de la procédure, l'Autorité de la concurrence constatera qu'il n'y a plus de raison d'agir à l'encontre du fabricant, puis procédera à la clôture de l'affaire, en prenant acte des engagements qui prendront alors un caractère obligatoire à l'égard du fabricant.

Concurrence provenant d'un membre du réseau et rupture des relations

CA Paris, 10 avril 2014, RG n°12/01373

Une société A. adhérente d'un réseau a été absorbée par la société B. Cette dernière a développé un réseau concurrent par l'intermédiaire d'une de ses filiales. La tête de réseau, considérant que cela créait une situation de concurrence incompatible avec le contrat d'adhésion conclu par la société A. (qui prévoyait expressément l'interdiction d'être sous contrat avec des sociétés concurrentes de la tête de réseau) et le règlement intérieur du réseau, a exclu la société B. du réseau sur ce motif, en lui octroyant un préavis de 7 jours.

La société B. se plaignant d'une rupture brutale des relations commerciale, a assigné la tête de réseau. La Cour d'appel relève tout d'abord que le règlement intérieur prévoyait pour l'adhérent le droit de disposer d'un délai pour remédier au grief qui lui était fait, et que ce délai n'avait pas été accordé à la société B., laquelle avait en effet été directement exclue par la tête de réseau.

Cette dernière justifiait le délai d'exclusion par la violation du contrat d'adhésion et du règlement. Néanmoins, cet argument est rejeté par la Cour d'appel en raison de la tolérance dont d'autres adhérents avaient bénéficié pour des faits de concurrence similaires. Selon la Cour, cette tolérance interdisait ensuite à la tête de réseau de sanctionner la même violation par une rupture brutale. Elle était donc tenue d'accorder à la société B. un préavis raisonnable, qui devait notamment prendre en considération le caractère saisonnier de l'activité.

Alors même que les demandes étaient formulées sur le fondement de l'article 1382 du Code civil, le raisonnement de la Cour d'appel a repris les critères définis en matière de rupture brutale des relations commerciales (article L.442-6, I, 5° du Code de commerce) et a accordé à l'ancien adhérent un préavis d'un an, prenant en compte notamment l'existence d'une activité concurrente.

PROPRIETE INTELLECTUELLE

Quand le nom d'une commune appartient à un tiers, le cas Laguiole

CA Paris, 4 avril 2014, RG n°12/20559

La commune de Laguiole, dans l'Aubrac, connue pour ses couteaux et son fromage, vient de connaître une nouvelle célébrité, dont elle se serait probablement passée, en raison de l'issue de son combat judiciaire pour retrouver le libre usage de son nom. En effet, un homme d'affaires a déposé une série de marques comportant en tout ou partie la partie verbale « Laguiole », concédées en licence à de nombreuses sociétés pour l'exploitation d'une multiplicité de produits tels que des briquets, des chaussures, des barbecues, des parfums, des casseroles, etc. La commune a entrepris de défendre son nom à l'encontre de 14 codéfendeurs, titulaires ou licenciés des marques comportant le terme « Laguiole », à qui elle reprochait de s'être constitués un portefeuille de marques, empêchant par là-même la commune d'exploiter son propre nom, et utilisées dans des conditions de nature à créer un rattachement trompeur à la commune et à la région.

La commune de Laguiole faisait grief à chacun des codéfendeurs, de commettre à son détriment des pratiques commerciales trompeuses telles que réprimées par l'article L.121-1 du Code de la consommation qui dispose : « *Une pratique commerciale est trompeuse (...) : 1° lorsqu'elle crée une confusion avec un autre bien ou service, une marque, un nom commercial ou un autre signe distinctif, 2° lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un des ou plusieurs des éléments suivants : (...) b/ les caractéristiques essentielles du bien ou du service, à savoir ses qualités substantielles, sa composition, ses accessoires, son origine, sa quantité, son mode et son procédé de fabrication (...)* ».

L'ensemble des demandes sur ce fondement sont rejetées par la Cour qui, prenant appui sur la lettre du texte, considère que doit être rapportée la preuve d'une confusion et non d'un risque de confusion. Elle poursuit en affirmant qu'il incombait donc à la commune de Laguiole de rapporter la preuve que l'achat par un nombre significatif de personnes des produits marqués Laguiole est déterminée par les pratiques dénoncées. Allant plus loin, la Cour considère que cela suppose que Laguiole bénéficie d'une réputation pour les produits exploités sous les marques. Or, les juges d'appel, à l'instar des premiers juges, considèrent que la réputation du terme « laguiole » est uniquement associée aux couteaux et au fromage et que la preuve d'une confusion effective n'est pas rapportée. En définitive, la Cour d'appel considère que la commune de Laguiole n'est pas victime de pratiques commerciales trompeuses génératrices de confusion pour le consommateur moyen quant à l'origine des produits commercialisés sous les marques Laguiole du fait de l'indication de son nom. La commune poursuivait également la nullité de 27 marques ayant toutes une partie verbale comportant le terme « laguiole ». Seule dix d'entre elles vont faire l'objet d'une appréciation, les autres étant « sauvées » pour des raisons procédurales. Cinq motifs de nullité étaient présentés mais aucun d'entre eux n'est retenu dans cet arrêt.

La Cour refuse de prononcer la nullité des dépôts dont le caractère frauduleux était dénoncé considérant que la preuve d'une intention de nuire au jour du dépôt n'est pas rapportée. La Cour juge même que les marques ne peuvent voir leur caractère distinctif remis en cause bien qu'elles soient composées d'une indication de provenance. De même, la déceptivité des signes est écartée par la Cour qui décide que la preuve que le consommateur moyen puisse envisager que les produits et services désignés par les marques puissent provenir de la commune Laguiole n'est pas rapportée. Enfin, la Cour rejette également le grief de nullité pour atteinte au nom, à l'image et à la renommée de la collectivité territoriale, jugeant que le texte n'interdit pas le dépôt de marques comportant le nom d'une commune de nature à porter atteinte aux intérêts publics ou à préjudicier à ses administrés.

Au vu des conséquences de cette décision pour la commune de Laguiole, on se félicitera que, dans la loi Hamon du 17 mars 2014, le législateur ait instauré un régime juridique de protection pour les indications géographiques protégées qui concernent les produits manufacturés (art. L.721-2 et s. CPI). Il n'en demeure pas moins que le « Laguiole Bazar » (l'expression est empruntée à Ch. Le Stanc, *Propr. industr. avril 2013*) a encore de beaux jours devant lui faute d'effet rétroactif de la loi Hamon.

La responsabilité de Google dans la gestion de son service Adwords soumise à examen

CA Paris, 9 avril 2014, RG n°13/05025

La Cour d'appel de Paris s'est une nouvelle fois positionnée sur la responsabilité de Google dans le cadre de la gestion de son service payant adwords qui permet à des annonceurs de faire apparaître des « liens commerciaux » sur les pages de résultats du moteur de recherche Google.

La société « Voyageurs du monde », titulaire des marques du même nom, a assigné Google France en contrefaçon et parasitisme après avoir constaté que la requête sur le moteur de recherche du nom de sa marque renvoyait vers des liens commerciaux de sites de voyage concurrents.

La Cour réaffirme tout d'abord que Google bénéficie du régime de responsabilité « atténuée » des hébergeurs issu de la loi du 21 juin 2004, laquelle n'est engagée que si l'hébergeur a eu connaissance du caractère illicite des données qu'il stocke ou s'il n'a pas agi promptement en rendant indisponibles les données dont l'illicéité a été portée à sa connaissance.

La Cour exclut la responsabilité de Google en l'espèce, l'automaticité du système adwords excluant tout rôle « *actif* » de Google dans la sélection des termes litigieux et donc sa connaissance de leur illicéité. La Cour constate encore que Google a promptement supprimé les liens hypertextes sponsorisés dès la mise en demeure adressée par la demanderesse. Enfin, les liens commerciaux subsistants postérieurement ne l'ont été qu'après saisie de termes génériques tels que « voyage » ou « séjour » dont la réservation ne peut porter atteinte *« à la fonction d'indicateur d'origine de la marque Voyageurs du monde* » et la responsabilité de Google ne peut donc être engagée pour ne pas avoir retiré des données dénoncées comme illicites par un tiers « *alors que ces données ne présentent pas manifestement un tel caractère* ».

Sur ce dernier point, le titulaire de marques doit être particulièrement prudent s'il sollicite la suppression par Google de données figurant dans le service adwords pour contrefaçon de sa marque, une telle suppression engageant sa responsabilité si ces données s'avéraient en fait, après examen, impropres à semer la confusion avec sa marque (Com, 14 mai 2013, n°12-15.534).

Les éléments virtuels d'un jeu vidéo sont soumis à l'examen de la contrefaçon

Cass. com., 8 avril 2014, pourvoi n°13-10.689

La Cour de cassation s'est trouvée saisie du pourvoi formé par la société FERRARI contre l'arrêt de la Cour d'appel l'ayant déboutée de ses demandes notamment en contrefaçon et concurrence déloyale formulées à l'encontre des sociétés éditrices et distribuant le célèbre jeu vidéo « TOURISMO ».

En effet, la société FERRARI, titulaire de modèles internationaux portant sur ses célèbres véhicules et sur les jouets de modèles réduits, a estimé que le jeu vidéo permettait aux joueurs de faire évoluer un modèle reprenant les caractéristiques de ses modèles 360 Modena et F 40, fondant sa position sur son droit d'auteur et sur son titre de dessin et modèle.

La Cour de cassation approuve la position de la Cour d'appel sur l'absence de contrefaçon de droit d'auteur en considérant que, contrairement aux prétentions de FERRARI, le juge n'avait pas à se déterminer au vu de l'impression d'ensemble, mais au regard de la comparaison entre les caractéristiques essentielles des véhicules conférant le caractère original du modèle.

Idem pour l'examen de la contrefaçon au titre des dessins et modèles, les juges du fond ayant constaté que, s'il existait des ressemblances en l'espèce entre le modèle virtuel et le véhicule, le modèle virtuel du jeu vidéo n'en était pas moins doté d'une « physionomie propre » insusceptible de produire sur l'observateur averti la même impression d'ensemble que le modèle déposé.

Si en l'espèce la contrefaçon n'est pas établie après analyse des éléments identificateurs des modèles en question, on retiendra surtout que la Cour de cassation confirme qu'une contrefaçon peut résulter dans son principe des éléments virtuels apparaissant ou étant utilisés dans les jeux vidéo.

Si la vitrine que peuvent offrir les jeux vidéo est aujourd'hui un réel vecteur de publicité pour les marques avec des revenus substantiels à la clé, les éditeurs de jeux doivent s'astreindre désormais à veiller à ne pas contrefaire, par le contenu du jeu, des droits de propriété intellectuelle existants pour lesquels ils n'ont pas de licence, *a fortiori* lorsque l'univers du jeu vidéo, comme en l'espèce, contrevient à l'image du titulaire des droits.

IMMOBILIER

La transmission universelle du patrimoine n'est pas une cession de bail soumise à agrément

Cass. civ. 3ème, 9 avril 2014, pourvoi n°13-11.640

Il résulte des dispositions de l'article 1717 du Code civil que le preneur peut librement céder son droit au bail à un autre si cette faculté ne lui a pas été interdite.

En matière de baux commerciaux, il est d'usage de soumettre la cession au respect de certaines conditions permettant ainsi au bailleur de disposer d'un droit de regard sur l'opération projetée.

Si les clauses prohibant de manière absolue et générale toute cession sont nulles, les clauses limitatives sont quant à elles valables et admises par la jurisprudence. Elles peuvent par exemple restreindre le choix du cessionnaire ou exiger l'intervention du bailleur.

Elles ne trouvent néanmoins à s'appliquer que pour autant que la transmission du droit au bail s'inscrit dans le cadre d'une cession.

A ce titre, l'article L.145-16 du Code de commerce, en son alinéa 2, précise qu'« *En cas de fusion de sociétés ou d'apport d'une partie de l'actif d'une société* […] *la société issue de la fusion ou la société bénéficiaire de l'apport est, nonobstant toute stipulation contraire, substituée à celle au profit de laquelle le bail était consenti dans tous les droits et obligations découlant de ce bail* ».

Mise en perspective avec le droit des sociétés, cette disposition se justifie pleinement ; la fusion et l'apport partiel d'actif emportant tous deux transmission universelle d'un patrimoine.

Cependant, cette transmission universelle de patrimoine se distingue, d'un point de vue tant conceptuel que juridique, de la notion de cession, de sorte que toute clause limitative de cession d'un droit au bail ne saurait trouver à s'appliquer dans le cadre d'opération ayant précisément pour effet d'emporter la transmission d'une telle universalité.

Dans la présente espèce, se posait la question de savoir si la dissolution de la société preneuse qui avait entraîné une transmission universelle de patrimoine constituait ou non une cession de bail, soumise à autorisation du bailleur.

Plus précisément, la société preneuse étant devenue unipersonnelle, son associé unique avait, au cours d'une assemblée générale, décidé sa dissolution.

L'article 1844-5, alinéa 3 du Code civil prévoit notamment « *En cas de dissolution, celle-ci entraîne la transmission universelle du patrimoine de la société à l'associé unique, sans qu'il y ait lieu à liquidation* ».

Dès lors, l'associé unique qui s'était, en raison de la transmission universelle du patrimoine ainsi opérée, substitué à la société dissoute, entendait bénéficier du droit au bail dont cette dernière disposait.

Le bailleur, qui se retrouvait face à un preneur qu'il n'avait pas agréé, a sollicité la résiliation du bail arguant qu'« *en l'absence de toute disposition spéciale contraire applicable en pareille hypothèse et dérogeant au principe de la liberté contractuelle, la dévolution à l'associé unique d'une société dissoute de tous les biens et droits de celle-ci, en ce compris le droit à un bail commercial, emporte cession de ce bail* » et était donc soumise à autorisation préalable, expresse et écrite du bailleur.

La Cour de cassation rejette le pourvoi formé par le bailleur considérant que la dissolution de la société preneuse avait entraîné la transmission universelle de son patrimoine, incluant le droit au bail dont elle était titulaire, à l'associé unique qui s'était substitué à celle-ci dans tous ses biens, droits et obligations, ne constituait pas une cession de bail et que l'autorisation du bailleur prévue à cette fin n'était pas requise.

En dépit de l'existence de divergences doctrinales quant à la définition juridique précise de ce à quoi correspond une transmission universelle du patrimoine, cette solution ne peut être qu'approuvée en ce qu'elle est conforme au texte de la loi et s'inscrit dans la droite lignée de la jurisprudence antérieure, laquelle a toujours refusé la qualification de cession à toute opération ayant pour effet d'entraîner la transmission universelle du patrimoine.

Projet de loi « artisanat, commerce et TPE » adopté à l'Assemblée nationale et au Sénat

De la « rénovation » des baux commerciaux

Après avoir été adopté le 18 février 2014 par l'Assemblée nationale, le projet de loi « Pinel » a été adopté en première lecture par le Sénat le 17 avril 2014.

Le texte est actuellement soumis à la Commission mixte paritaire mais, sans attendre, il convient de se pencher sur les principales dispositions relatives à l'adaptation du régime des baux commerciaux afin d'adapter les contrats de bail qui seront prochainement signés.

- **La durée du bail**

Alors qu'il était antérieurement possible de déroger conventionnellement à la faculté pour le preneur de donner congé à l'issue de chaque période triennale, la sortie triennale du bail doit désormais être prévue pour tous les baux, sauf pour les baux de plus de neuf ans, les baux de locaux monovalents et les baux de bureaux.

- **L'allongement de la durée du bail dérogatoire**

Actuellement de deux ans, la durée du bail dérogatoire passe désormais à trois ans.

- **La forme du congé**

Alors que l'article L.145-9 du Code de commerce impose actuellement l'obligation de donner congé par acte extrajudiciaire, il est prévu la possibilité de le notifier par lettre recommandée avec avis de réception.

- **L'application du statut des baux commerciaux aux étrangers**

L'abrogation de l'exclusion du statut aux étrangers est opportune car elle était désuète.

- **La suppression de la référence à l'indice du coût de la construction (ICC)**

L'indexation des loyers se calculera exclusivement sur la base de l'indice des loyers commerciaux (ILC) et l'indice des loyers des activités tertiaires (ILAT).

- **L'encadrement du déplafonnement du loyer**

En cas de déplafonnement du loyer, la hausse du loyer serait limitée à 10% du loyer acquitté au cours de l'année précédente. Ce lissage devrait s'appliquer à l'occasion du renouvellement ou de la révision. Nonobstant les décrets d'application qui seront adoptés, cette mesure sera certainement celle qui suscitera le plus de problèmes d'application et d'interprétation.

- **L'extension de la compétence de la Commission départementale de conciliation**

Les litiges relatifs aux charges et aux travaux pourront désormais lui être soumis.

- **L'obligation d'un état contradictoire des lieux**

Cette obligation tant lors de la prise de possession des locaux que lors de leur restitution a pour objet de limiter les litiges relatifs aux réparations locatives lors de la sortie des locaux du preneur.

- **L'inventaire précis et limitatif des charges et impôts**

Cette mesure inspirée de l'inventaire établi pour les baux d'habitation soumis à la loi du 6 juillet 1989 devrait permettre de réduire le contentieux en matière de charges locatives qui était devenu exponentiel.

- **Le droit de préemption accordé au preneur en cas de vente des murs**

Calqué sur le droit de préemption au profit du locataire en matière de baux d'habitation, ce droit de préemption encadré par un formalisme strict, permet au locataire d'acquérir en priorité les murs du local loué.

Il n'est cependant pas applicable lorsque le local loué est un lot d'un ensemble faisant l'objet d'une cession globale. Il est également exclu en cas de cession à titre gratuit ou d'apport.

- **La modification du droit de préemption communal**

Le texte entend l'étendre à d'autres entités que la commune (notamment établissement public, société d'économie mixte…), auxquelles la commune aura délégué son droit de préemption. Le délai de rétrocession du fonds préempté est porté à trois ans au lieu de deux ans.

INTERNATIONAL

Luxembourg - Propriété Intellectuelle & Fiscalité

La loi du 21 décembre 2007 a introduit au Luxembourg une exemption de 80% des revenus réalisés par la concession ou l'utilisation de droits de la propriété intellectuelle (DPI) et des plus-values réalisées en cas de cession de DPI. Par ce régime d'exemption partielle, applicable depuis janvier 2008, le gouvernement luxembourgeois favorise les activités de recherche et de développement et incite les sociétés à acquérir des DPI et/ou à valoriser leur portefeuille de DPI.

Royalties - Selon l'article 50 bis § 1 de la loi concernant l'impôt sur le revenu (« LIR »), tout revenu net reçu par un contribuable luxembourgeois pour l'usage ou la concession d'usage de droits d'auteur sur logiciels informatiques, brevets, marques déposées, dessins ou modèles bénéficie d'une exemption de 80%. Le revenu net est défini par la loi comme le revenu brut de redevances reçues par le contribuable diminué des dépenses en relation économique directe avec ce revenu, y compris l'amortissement annuel et les éventuelles dépréciations.

Plus-values - Les plus-values réalisées en cas de vente de DPI bénéficient d'une exemption de 80%. A l'instar de la « Recapture rule » relative aux dividendes et plus-values de cession, les plus-values restent imposables pour un montant équivalent à 80% des pertes et charges non compensées afin d'éviter que le montant globalement exonéré lors des différents exercices ne soit supérieur à 80% du total des revenus nets positifs dégagés par le DPI.

Développement et utilisation propre de DPI - L'article 50 bis § 2 LIR permet au contribuable qui a développé son propre brevet et qui l'utilise dans le cadre de son activité de bénéficier d'une déduction s'élevant à 80% du bénéfice positif net qu'il aurait reçu d'un tiers comme redevances pour le droit d'utilisation dudit brevet. Le bénéfice positif net est défini par la loi comme le revenu brut fictif de redevances, diminué du montant des dépenses liées économiquement et directement à ce revenu, y compris l'amortissement annuel et les éventuelles dépréciations. Lorsqu'aucune valeur de marché n'est disponible pour évaluer le revenu brut fictif, l'article 50 bis § 6 dispose que la valeur de marché estimée des DPI peut être déterminée selon les méthodes généralement utilisées et conformément aux dispositions de l'article 27, al. 2 LIR. En outre, les sociétés répondant à la définition des PME (cf. Règlement Grand-Ducal du 16 mars 2005) ont le droit d'évaluer leurs DPI à 110% des dépenses engagées pour la constitution desdits DPI.

Conditions - Cette exemption est accordée à partir de la date de dépôt de la demande de brevet. Le régime, ouvert aux personnes physiques et morales, est sujet aux 3 conditions suivantes : (i) le DPI doit avoir été acquis ou créé après le 31-12-2007 ; (ii) les dépenses en rapport économique direct avec le DPI sont à comptabiliser à l'actif du bilan au titre du premier exercice où l'avantage de ce régime est sollicité ; (iii) le DPI ne peut avoir été acquis d'une personne qui a la qualité de « société associée ». Une société associée étant définie comme : un actionnaire direct à raison d'au moins 10%, une filiale directe à raison d'au moins 10%, un vendeur et un acquéreur détenus directement à raison d'au moins 10% par une même société tierce.

Résumé des avantages du régime -

- Le champ d'application des DPI développés ou acquis d'un tiers est large ; il inclut les brevets, droits d'auteur sur logiciels informatiques, marques déposées, dessins ou modèles.
- Seulement 20% du revenu net généré par les DPI est imposé à 29,63% ce qui réduit la charge fiscale effective à 5,9% ; les DPI peuvent être développés par la société elle-même ou être acquis d'un tiers.
- Le revenu généré par les DPI développés par la société elle-même peut également être déduit (pour 80% du revenu net que la société aurait reçu d'un tiers pour la concession d'usage du brevet).
- Les pertes réalisées en cas d'utilisation propre peuvent être compensées avec les revenus d'autres sources réduisant de ce fait la charge fiscale pour la société.
- Les sociétés luxembourgeoises bénéficient pleinement des directives européennes et des conventions contre la double imposition.

ACTUALITÉ SIMON ASSOCIÉS

RECOMPENSES

Sur la base d'une enquête réalisée auprès de milliers de clients de Cabinets d'Avocats d'Affaires (composés de Juristes d'entreprises, Directeurs Généraux, DAF, Secrétaires Généraux ou DRH), seuls votants, le Palmarès des Cabinets d'Avocats, organisé par le « Monde du Droit », vient de décerner deux récompenses à SIMON ASSOCIÉS, ainsi classé :

1er Cabinet d'affaires en France dans la catégorie *« Restructuring »,*

☞ **Pour en savoir plus**

2ème Cabinet d'affaires en France dans la catégorie *« Droit de la Distribution ».*

☞ **Pour en savoir plus**

EVENEMENTS

SIMON ASSOCIÉS a organisé le 16 mai 2014 dans ses locaux de Montpellier une conférence sur le thème *: « Les innovations de la loi Hamon ».*

SIMON ASSOCIÉS est intervenu lors de la Conférence *« Entreprises en difficultés en France »* organisée le 13 mai 2014 à l'Ambassade de France à Pékin par l'Agence Française des Investissements Internationaux et China Overseas Investment.

SIMON ASSOCIÉS organise le 5 juin 2014 dans ses locaux de Paris une conférence sur le thème : *« Les prérogatives du franchiseur face aux impayés ».*

☞ **Pour en savoir plus et s'inscrire**

PRATIQUE FISCALE

SIMON ASSOCIÉS et THEMESIS (Me Jean-François BETTE) se rapprochent pour développer activement une nouvelle pratique fiscale chez SIMON ASSOCIÉS.

☞ **Pour en savoir plus**

Cette liste des évènements et publications n'est pas exhaustive. Vous pouvez consulter notre site institutionnel www.simonassocies.com et/ou notre site internet spécialisé www.lettredesreseaux.com pour prendre connaissance des articles ou évènements intéressants les réseaux de distribution.